

ORDEN DE 6 DE JUNIO DE 2021, POR LA QUE SE REGULA EL PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCIÓN DEL RECONOCIMIENTO COMO CENTRO COMERCIAL ABIERTO DE ANDALUCÍA.

(BOJA, n.º 133 , de 13 de julio de 2021).



Concepto de Centro Comercial Abierto de Andalucía

Es el área urbana delimitada en una zona con tradición comercial, que es gestionada profesionalmente, en coordinación público-privada, por una organización empresarial que representa a empresas del sector comercial y a una oferta diversa de servicios, ocio y cultura que cooperan entre sí, compartiendo una imagen y una estrategia común, con el fin de prestar servicios comunes y desarrollar acciones conjuntas para crear un espacio en la ciudad diferenciado, identificable y accesible, en el que las personas usuarias puedan disfrutar de una serie de actividades variadas y complementarias a las compras.



Entidades promotoras de Centros Comerciales Abiertos de Andalucía y requisitos.

Podrán promover el reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía de una determinada área urbana aquellas entidades, legalmente constituidas bajo cualquier forma jurídica, que agrupen a empresas que realizan una oferta comercial, de servicios, ocio o cultura.

Requisitos

- Que el proyecto de CCA cuenta con al menos 50 entidades asociadas a la entidad promotora dentro del área delimitada del mismo.
- Que el proyecto se ubique en un área urbana delimitada territorialmente, compuesta por uno o varios ejes de mercado carácter comercial que concentran una oferta diversa e integrada de comercio, servicios, ocio y cultura.
- Que la entidad cuenta con una representatividad de al menos el 30% de los establecimientos del área delimitada.

Entidades promotoras de Centros Comerciales Abiertos y requisitos.

Requisitos

- Que sea gestionada profesionalmente, desempeñada por una figura independiente del órgano directivo de la entidad promotora, que no sea asociada.
- Que cuente con un instrumento de planificación, que puede ser plurianual, aprobado por el órgano competente para ello, y consensuado con el resto de agentes implicados en el ámbito de actuación del CCA, tanto públicos como privados.
- Que su funcionamiento se base en la colaboración público-privada, mediante una relación permanente con el Ayuntamiento, a través de algún instrumento de colaboración jurídicamente permitido.
- Que cuente con una imagen comercial única, plasmada en un Manual de Identidad Corporativa, que sea utilizada en las actividades conjuntas de promoción, publicidad y comunicación que lleve a cabo.
- **Además de cumplir los requisitos indicados**, la entidad **ha de obtener una puntuación mínima de 50 puntos en la valoración** realizada según los criterios objetivos establecidos en el artículo 6.

Delimitación del Centro Comercial Abierto.

El CCA ha de estar **delimitado territorialmente y concentrado** en una zona o eje de marcado carácter **comercial**, existiendo continuidad entre las calles y plazas del mismo.

- El proyecto ha de concretar con exactitud el perímetro del CCA y las calles y plazas que abarca la delimitación, indicando, en el caso de que comprenda calles incompletas, el número de la calle en que comienza y termina dicha delimitación.
- La delimitación del CCA debe contar con el visto bueno del órgano de participación en materia de comercio del Ayuntamiento y estar incluida en los estatutos de la entidad gestora del mismo.
- Una vez concedido el reconocimiento, podrá ampliarse la delimitación para incorporar algún área limítrofe que reúna las condiciones. Dicha ampliación habrá de ser aprobada por el órgano máximo de gobierno de la entidad gestora, formalizada en los estatutos y comunicada al Ayuntamiento. Una vez cumplido dichos trámites se presentará solicitud de ampliación ante la Delegación Territorial correspondiente.

Criterios objetivos de valoración.

La valoración del proyecto de Centro Comercial Abierto se realizará en base a una serie de criterios objetivos agrupados en los tres aspectos que lo definen como tal:

a) Criterio de gestión. Este criterio se puntuará con un máximo de 60 puntos.

b) Aspectos que valoran la estrategia común de la entidad promotora, a través de las herramientas de planificación con las que cuenta y las actuaciones conjuntas que desarrolla. A este criterio se le otorgará una puntuación máxima de 30 puntos.

c) Urbanismo comercial. Se valora la adecuación del espacio común para el proyecto, otorgándole una puntuación máxima de 10 puntos.

A) Criterio de Gestión. (Max 60 puntos).

Subcriterios.

1º. Recursos de los que dispone la entidad, Máximo de 20 puntos.

- **Disponer de una Oficina técnica de gestión** del CCA que se constituye en un espacio físico con recursos técnicos y humanos para atender a las empresas asociadas, con un horario de atención establecido, otorgándose al respecto un máximo de 2 puntos por ello.

- **Representatividad**. otorgando un máximo de 6 puntos. Se otorgarán 4 puntos a aquellas que cuenten con una representatividad de entre el 30% y el 50% y 6 puntos a las que tengan más del 50%. El porcentaje es el cociente resultante de dividir el número de establecimientos comerciales, de servicios, ocio y cultura asociados entre los establecimientos de esas mismas categorías en activo (IECA) en las calles incluidas en la delimitación territorial del Centro Comercial Abierto a la fecha de presentación de la solicitud.

A) Criterio de Gestión. (Max 60 puntos).

Subcriterios.

- **Viabilidad económico-financiera del proyecto.** Se tendrá en cuenta la existencia de un equilibrio presupuestario entre ingresos y gastos, pudiendo obtener como máximo 8 puntos. Obtendrán 4 puntos los proyectos que cuenten con un presupuesto de ingresos suficiente para financiar los gastos de estructura de la entidad gestora. Se otorgarán 8 puntos a los proyectos que cuenten con un presupuesto de ingresos que supere en al menos un 20% el presupuesto de los gastos de estructura de la asociación.

Son gastos de estructura los derivados de la gestión profesional, ya sean gastos salariales, en caso de contratación laboral, o los de contratación mercantil del servicio y los gastos asociados a la oficina técnica, tales como alquileres o suministros.

Para medir la viabilidad, solo se tendrá en cuenta los ingresos procedentes de las cuotas de las empresas asociadas, los patrocinios u otras fórmulas, el generado por el desarrollo de actividades propias y las aportaciones o subvenciones provenientes de la Administración local. Se acreditará con la aportación de las últimas cuentas anuales aprobadas u otro documento acreditativo con validez legal.

- **Pertenencia a asociaciones profesionales de gestión de centros urbanos, o a federaciones de asociaciones gestoras que tengan por objeto la gestión de centros urbanos**, ya sea de ámbito provincial, regional o nacional. Se valorará con 2 puntos por cada asociación a la que pertenezcan con un máximo de 4 puntos.

A) Criterio de Gestión. (Max 60 puntos).

Subcriterios.

2º. Gestión profesionalizada de la entidad promotora, Máximo de 15 puntos.

- **Contar con una gerencia profesional.** Se otorgarán un máximo de 8 puntos a los proyectos que cuenten con una gerencia desempeñada por una persona o un equipo de profesionales, que realicen las funciones de gestión del CCA, pudiendo ser desempeñada con medios propios de la entidad o bien externa, utilizando medios ajenos a la misma. Se otorgarán 8 puntos en el caso de contratación laboral de la persona o el equipo que conformen la gerencia y 4 puntos en el caso de que se contrate a una empresa externa.

- **La dedicación de la gerencia.** Se otorgarán 4 puntos a los proyectos que cuenten con una gerencia a tiempo completo y 2 puntos en el caso de que la dedicación de la gerencia sea a tiempo parcial. Para los CCA de poblaciones de menos de 50.000 habitantes se otorgará la máxima puntuación a la dedicación a tiempo parcial.

- **La cualificación de la gerencia.** Se otorgarán como máximo 3 puntos a las gerencias que cuenten con formación especializada en Gestión de Centros Urbanos.

A) Criterio de Gestión. (Max 60 puntos).

Subcriterios.

3º. Servicios generales ofrecidos a las personas asociadas, aspecto por el que se podrá otorgar hasta 5 puntos.

- **Servicio de asesoramiento general a las empresas asociadas** se valorará con un máximo de 1 punto, otorgándose 0,25 puntos por cada una de las ofertas prestadas directamente desde la Oficina Técnica del CCA, tales como cuestiones propias de la actividad comercial, información sobre ayudas a las que pueden acceder, novedades de la normativa de aplicación, y otras similares. También se valorarán los servicios de asesoramiento más especializado prestados de forma indirecta a través de empresas expertas en cuestiones jurídicas, fiscales, mercantiles, económicas u otras materias de interés para las empresas asociadas.

- **Servicio de formación ofrecido desde la oficina técnica** se valorará con un máximo de 2 puntos. En este apartado se otorgará 0,5 puntos por el servicio de información permanente sobre la oferta formativa, jornadas y seminarios o los procedimientos de acreditación de competencias que se convoquen de interés para el sector. Este servicio puede ser prestado a través de la página web del CCA o a través del resto de herramientas de comunicación interior de que disponga. También se valorará con 0,25 puntos cada acción formativa o jornada o seminario sobre temas de interés desarrollada directamente por el CCA en el último año.

A) Criterio de Gestión. (Max 60 puntos).

Subcriterios.

Por último, se valorará con un máximo de 1 punto las actuaciones de asesoramiento a las empresas asociadas sobre la formación programada por las empresas y la actuación como gestor administrativo o entidad organizadora de la misma, en el marco de lo dispuesto por la Ley 30/2015, de 9 de septiembre, por la que se regula el Sistema de Formación Profesional para el empleo en el ámbito laboral, y el Real Decreto 694/2017, de 3 de julio, que la desarrolla, o normativa que la sustituya.

- **La información periódica a las empresas asociadas** se valorará con un máximo de 1 punto, otorgando 0,5 puntos por cada una de las vías utilizadas, tales como boletines internos periódicos, ya sea en formato papel o electrónico, la utilización de redes sociales, vías electrónicas como el e-mail o portal web, mensajería instantánea o similares. La entidad deberá acreditar las vías utilizadas y la periodicidad de su utilización.

- **La oferta a sus empresas asociadas de información relativa a la clientela habitual** del CCA obtenida a través de herramientas tales como CRM (customer relationship management). Se valorará con un máximo de 1 punto.

A) Criterio de Gestión. (Max 60 puntos).

Subcriterios.

4º. Negociaciones y Acuerdos, otorgando una puntuación máxima de 10 puntos. En este aspecto **se valoran los Acuerdos suscritos con entidades financieras**, los acuerdos con **proveedores** diversos que aporten ventajas o **descuentos para las empresas asociadas**. Estos aspectos se valorarán con un máximo de 10 puntos siguiendo las siguientes reglas:

- a) Se valorará con 1 punto cada acuerdo firmado por la entidad promotora con una entidad financiera que aporte algún tipo de ventaja a las personas o empresas asociadas.

- b) Se valorará con 0,25 puntos cada convenio suscrito con alguna empresa proveedora de servicios o suministros que otorgue ventajas o descuentos a las personas o empresas asociadas.

A) Criterio de Gestión. (Max 60 puntos).

Subcriterios.

5º. Colaboración público-privada, por lo que se puntuará con un máximo de 10 puntos. En este apartado se valorarán las gestiones de la entidad promotora para implicar a todos los agentes que se interrelacionan en el espacio físico del CCA, tanto públicos como privados. Otorgando 0,5 puntos por cada colaboración o participación acreditada en los siguientes ámbitos:

- Se valorará la **colaboración específica con la Administración Local** con el objeto de coordinar las acciones de gestión del espacio urbano que ocupa el CCA, que puede abordar aspectos diversos como urbanismo comercial, limpieza, seguridad, mejoras de la trama urbana, normalización de bajos comerciales u organización conjunta de eventos culturales, turísticos o deportivos. También se valorará la cesión de espacios destinados a los usos del CCA, tales como el local para la oficina técnica del CCA. Se valorará tanto la suscripción de convenios de colaboración específicos al amparo de los que se haya llevado alguna actuación en el último año, como los instrumentos de participación en los que esté presente la administración local, tales como la mesas locales del comercio o similares.

A) Criterio de Gestión. (Max 60 puntos).

Subcriterios.

- La participación de la gerencia del CCA en los órganos, comités, foros u otros agentes privados del sector **comercial**, tales como asociaciones o federaciones de comerciantes, cámaras de comercio, mercados municipales o mercado ambulante, donde se traten cuestiones relativas al desarrollo del comercio y del centro urbano, con el fin de establecer vías de colaboración conjunta.
- **La relación del CCA con el sector servicios**, conducente a mejorar la convivencia en el espacio público, entre los que se encontraría el sector de la hostelería, el ocio y el turismo, las entidades financieras, los despachos profesionales, los servicios de cuidado e imagen y otros similares.
- **La interrelación con las asociaciones cívicas**, como asociaciones vecinales, de consumidores y usuarios, asociaciones de voluntariado y otras, a través de la participación y colaboración con estas.
- **Las relaciones de la asociación promotora con otros agentes que presten servicios públicos**, tales como el servicio de taxi o vehículos de turismo con conductor (VTC), el transporte público, las empresas prestadoras de servicios de aparcamiento o los centros educativos.

B) Aspectos que valoran la estrategia común de la entidad promotora. (Max 30 puntos).

Subcriterios.

1º. Calidad de las herramientas de definición de la estrategia del CCA, Se valorará con un máximo de 5 puntos. Debe traducirse en un instrumento de planificación que puede ser anual o plurianual, en la que se concreten las actuaciones a desarrollar a medio, corto y largo plazo, indicando al menos para cada una de ellas, los medios humanos y materiales necesarios para su implementación, así como el calendario de ejecución y los costes y la financiación prevista para llevarla a cabo. Este documento debe estar consensuado y por escrito. Para valorar la calidad de las herramientas estratégicas de la entidad, con un máximo de 5 puntos, en base al grado de consenso alcanzado con el resto de agentes en su elaboración, se tendrá en cuenta los siguientes aspectos:

- Si el documento estratégico ha sido consensuado con el Ayuntamiento se otorgarán 2 puntos.
- Se puntuará con un máximo de 2 puntos si en la elaboración del documento se le ha dado participación al resto de agentes intervinientes en el espacio, otorgando 1 punto por cada agente que haya participado, como por ejemplo otras asociaciones empresariales, cívicas, de prestación de servicios públicos o similares.

B) Aspectos que valoran la estrategia común de la entidad promotora. (Max 30 puntos). Subcriterios.

- Se valorará con 1 punto si la entidad dispone de una herramienta digital para la planificación estratégica.

2º. Actuaciones de Imagen y Comunicación del CCA, que se valorará con un máximo de 10 puntos. En la valoración de este subcriterio , se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

- **Disponer de un Plan de Comunicación del CCA**, que incluya todas las acciones de comunicación previstas, con una planificación de las campañas, comunicaciones e inserciones en medios y también los recursos, responsables y presupuesto para su implantación. Se valorará con un máximo de 2 puntos.

- **Contar con un portal web** que ofrezca información actualizada tanto al público en general como a las personas asociadas sobre la actividad del CCA, sus servicios y ventajas, así como los eventos programados y la difusión de sus actividades, que se valorará con 1 punto.

- **Contar con perfiles en redes sociales** como herramienta de soporte a las actuaciones de comunicación. Se valorará con un máximo de 1 punto en base a su utilización, seguidores y visitas.

B) Aspectos que valoran la estrategia común de la entidad promotora. (Max 30 puntos).

Subcriterios.

- Realizar acciones de comunicación a través de medios tradicionales como prensa, radio y televisión. Se valorará con un máximo de 1 punto por las acciones realizadas en el último año.
- Se valorará con un máximo de 1 punto **la aplicación de la imagen del CCA, tanto a nivel interno entre las empresas asociadas, como a nivel externo** para darlo a conocer a la clientela, en las campañas de promoción, en las actividades de animación comercial, en los elementos de señalización tanto peatonal como de vehículos, y en el resto de acciones de comunicación como el portal web y las redes sociales.
- **Identificación común de los establecimientos.** Se valorará con un máximo de 2 puntos la implantación de elementos identificativos de los establecimientos adheridos al Centro Comercial Abierto, tales como placas, pegatinas, alfombras o sistemas similares, que permitan a la clientela identificarlos fácilmente.
- **Otras actuaciones de comunicación.** Se valorarán con un máximo de 2 puntos actuaciones tales como publicación de estadísticas de evolución de la actividad económica en la zona (observatorio semestral o anual) que pueden ser de interés para los comerciantes pero también para el público en general, comunicación en otro idioma distinto al español, actuaciones de realidad aumentada o realidad virtual o cualquier otra actuación de comunicación.

B) Aspectos que valoran la estrategia común de la entidad promotora. (Max 30 puntos).

Subcriterios.

3º. Dinamización Comercial, que se puntuará con un máximo de 15 puntos. Se entiende por tal las acciones que tienen por objeto atraer al público, tanto habitual como potencial, al CCA, contribuyendo a que elijan este espacio como lugar para realizar sus compras y disfrutar de su tiempo de ocio frente a otras opciones. Estas actuaciones pueden ser planificadas y desarrolladas directamente por la asociación promotora o bien apoyando iniciativas o colaborando con otros agentes públicos o privados. Para valorar este criterio se tendrán en cuenta las actuaciones desarrolladas en el último año en base a los siguientes aspectos:

- **Campañas de promoción conjunta**, ya sean periódicas u ocasionales, consistentes en acciones de comunicación encaminadas a informar de la oferta y los valores añadidos que supone la realización de las compras en el CCA, ya sea en épocas de mayor interés comercial como las rebajas, la campaña de navidad o bien campañas ocasionales o esporádicas, coincidiendo con días o eventos especiales en el municipio tales como las fiestas locales, ferias temáticas, concursos gastronómicos, eventos culturales o deportivos u otros similares. Se valorará con 0,25 puntos por cada campaña con un máximo de 4 puntos.

B) Aspectos que valoran la estrategia común de la entidad promotora. (Max 30 puntos). **Subcriterios.**

- **Acciones de animación comercial de las calles**, tales como pasacalles, actuaciones infantiles, animaciones musicales, etc. Se otorgarán 0,25 puntos por cada acción con un máximo de 2 puntos. En el caso de actuaciones que vayan acompañadas de promociones en los establecimientos, la puntuación otorgada por cada una de ellas será de 0,50 puntos.

- **Publicidad y marketing**. Se valorará la comunicación de las actividades desarrolladas en el Centro Comercial Abierto y las campañas en los diversos medios, tanto de prensa escrita como radio y televisión, así como a través de las redes sociales o a través de la web. También se valora el uso de herramientas de geolocalización para las campañas de marketing digital, que permiten contactar con la clientela que está en la zona. Se valorará con 0,25 puntos por cada actuación con un máximo de 3 puntos.

- **Actuaciones de fidelización de clientes**, tales como vales por la compra de productos, bonos descuento para aparcamiento, tarjetas de fidelización, tarjetas de crédito del Centro Comercial Abierto y otras acciones destinadas a dicho fin. Se valorará con 0,5 puntos por cada actuación con un máximo de 2 puntos.

B) Aspectos que valoran la estrategia común de la entidad promotora. (Max 30 puntos).

Subcriterios.

- **Servicios adicionales a la clientela.** Se valorarán los servicios que se presten de forma conjunta a la clientela del CCA, ya sea en fechas señaladas o de forma permanente, tales como ludotecas, servicio de reparto a domicilio, puntos de recogida de pedidos on-line, entre otras. Se valorará con 0,5 puntos cada servicio con un máximo de 2 puntos.
- **Seguimiento de las actuaciones.** Se valorará con un máximo de 2 puntos si la entidad elabora estadísticas periódicas de seguimiento de participación en las acciones de dinamización comercial.

C) Urbanismo comercial. (Max 10 puntos).

Subcriterios.

Se entiende por urbanismo comercial al conjunto de actuaciones o intervenciones sobre el espacio público en el área de delimitación del CCA, dirigidas a mejorar la accesibilidad, la circulación peatonal o la apariencia del espacio con el objeto de convertirlo en una zona más confortable que mejore la experiencia de compra y ocio de los usuarios.

Dado que la ejecución de las acciones de urbanismo comercial dependen en exclusiva de la Administración Local, se valorará la labor proactiva del Centro Comercial Abierto a través de las propuestas e iniciativas elevadas al Ayuntamiento en esta materia, otorgando un máximo de 10 puntos en base a los siguientes aspectos:

- **Puesta en común entre los agentes privados intervinientes en la zona** (comercios, servicios, hostelería, asociaciones vecinales, transportistas y otros) de las necesidades detectadas en materia de accesibilidad, mobiliario, situación del acerado y pavimento. Se valorará con un máximo de 2 puntos, otorgando 0,5 por cada reunión promovida desde el Centro Comercial Abierto o por la participación de este en los foros pertinentes para abordar estas cuestiones.

C) Urbanismo comercial. (Max 10 puntos).

Subcriterios.

- **Realización de un estudio o análisis del paisaje urbano comercial del área del CCA**, ya sea a través de medios propios o bien contratado a alguna empresa especializada, con el objeto de contar con un documento o memoria con propuestas de intervención en el espacio con el fin de mejorar su aspecto y accesibilidad, que se pueda elevar al Ayuntamiento. Se valorará con 2 puntos.
- **Estudios sobre tráfico rodado y accesibilidad al centro urbano** a través de transporte público, vehículo de motor y otros medios sostenibles y sobre la existencia de bolsas de aparcamientos tanto de coches como de bicicletas y otros medios individuales. Se valorará con 1 punto la elaboración tanto si es con medios propios o ajenos.
- **Estudios sobre la limpieza y el sistema de recogida de basuras** en la zona comercial con propuestas concretas de mejora. Se valorará con 1 punto.
- Se valorará con un máximo de 4 puntos la **puesta en común con el Ayuntamiento de las propuestas relativas a la mejora del urbanismo comercial**, otorgando 2 puntos por la propuesta elevada al Ayuntamiento y 2 puntos si se han consensuado en un documento las actuaciones a desarrollar en esta materia con un calendario concreto.

Efectos del reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía.

La obtención del reconocimiento, producirá los siguientes efectos jurídicos:

a) **Otorgará los siguientes derechos a las entidades** que obtengan el reconocimiento:

- La entidad podrá hacerlo constar en las acciones de promoción que efectúe.
- Podrá ser incluido en las acciones promocionales que sobre esta materia realice la Junta de Andalucía.
- Será incluido en la Relación de Centros Comerciales Abiertos de la Junta de Andalucía, que será publicada en la página web de la Consejería con competencia en materia de comercio.
- Podrá identificarse como Centro Comercial Abierto de Andalucía.
- Podrán participar, tanto la asociación promotora como el respectivo Ayuntamiento, en las convocatorias de subvenciones que se convoquen para Centros Comerciales Abiertos.
- Participación en los premios de comercio que organice el centro directivo con competencias en materia de comercio en la categoría específica para los Centros Comerciales Abiertos.

b) La entidad promotora del CCA asume las siguientes **obligaciones**:

- A incluir en su imagen esta circunstancia, con las indicaciones de identidad corporativa que desde la Consejería con competencia en materia de comercio se den.
- A presentar una memoria de las actuaciones llevadas a cabo por la asociación.

Memoria de actividades del Centro Comercial Abierto de Andalucía.

Los CCA que cuenten con el reconocimiento oficial deberán presentar ante la Delegación Territorial correspondiente, con carácter bianual, una memoria que refleje todas las actuaciones llevadas a cabo durante los dos años anteriores, que se presentará en el primer trimestre del año natural siguiente a la fecha en que haya vencido el plazo de dos años desde la fecha del reconocimiento, ha de contar con el siguiente contenido mínimo:

- **Datos identificativos del CCA**, que incluirá información actualizada sobre las personas que ocupan los puestos de dirección y gestión del mismo, dirección y datos de contacto, página web del Centro Comercial Abierto y datos identificativos de los perfiles en las redes sociales.
- **Información sobre la planificación estratégica** del CCA en base al Plan de acción vigente y a los convenios u otras herramientas de colaboración público-privada vigentes con el Ayuntamiento.
- **Datos de gestión profesional** del CCA.
- **Servicios prestados por el CCA** durante los dos años anteriores.
- **Imagen y Comunicación** del CCA.
- **Campañas de promoción conjunta realizadas.**
- **Fidelización de clientes.**
- **Urbanismo comercial.**

Procedimiento de reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía.

Solicitud

- Se presenta por la entidad interesada conforme al modelo incluido en el Anexo II de la Orden (disponible a través de la página web de la Consejería), junto con la documentación acreditativa de los requisitos y criterios a valorar, obligatoriamente a través del Registro Electrónico de la Administración de la Junta de Andalucía.
- Las personas responsables de la entidad que suscriban la solicitud se responsabilizarán de la veracidad de la información contenida y la documentación adjunta, pudiendo la Administración requerir la exhibición del documento original para el cotejo de la copia presentada.
- Las solicitudes podrán presentarse en cualquier momento, a partir del día siguiente a la publicación de la Orden en el BOJA.

Procedimiento de reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía.

Valoración de la Solicitud y Propuesta de Resolución

- La Delegación Territorial correspondiente a través del Servicio de Comercio, realizará las tareas de valoración, y como complemento a la revisión documental del expediente, podrá realizar una visita in situ de comprobación al CCA, con el fin de constatar el cumplimiento de los requisitos y criterios de valoración y las prácticas de gestión alegadas en la solicitud.
- La presentación de la solicitud comporta el consentimiento de la entidad a esta visita de comprobación, debiendo indicar la persona responsable y encargada de facilitar las tareas de comprobación y valoración.
- El resultado de la valoración efectuada se plasmará en un informe motivado en el que se refleje el grado de cumplimiento de cada uno de los requisitos y la puntuación otorgada.
- El plazo máximo para efectuar la valoración de las solicitudes y formular la propuesta de resolución es de dos meses, contados a partir del día siguiente a la presentación de la solicitud.

Procedimiento de reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía.

Resolución del procedimiento

- La Dirección General de Comercio resolverá el procedimiento, otorgando o denegando el reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía, en el plazo máximo de tres meses desde la entrada de la solicitud en el Registro Electrónico de la Administración de la Junta de Andalucía. Transcurrido dicho plazo sin haberse practicado la notificación, podrá entenderse estimada la solicitud. La resolución no pone fin a la vía administrativa y contra la misma podrán interponerse los recursos administrativos correspondientes.
- En caso de denegación del reconocimiento no podrá volver a solicitarse hasta que transcurra un periodo de al menos un año.
- La notificación de las resoluciones y los actos administrativos del procedimiento se practicará únicamente por medios electrónicos, en los términos previstos en el artículo 43 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre.

Procedimiento de reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía.

Pérdida del reconocimiento

Causas:

- La falta de presentación de la memoria bianual.
 - La pérdida de alguno de los requisitos exigidos para la obtención del reconocimiento.
 - El incumplimiento de las obligaciones derivadas de la aplicación del artículo 13.
 - A petición de la entidad promotora.
- En los tres primeros supuestos la Delegación Territorial correspondiente dictará Acuerdo de Inicio del expediente de pérdida del reconocimiento y lo notificará a la entidad promotora, otorgándoles un plazo de diez días para que alegue y presente los documentos y justificaciones que estime pertinentes.
- Si es a petición de la entidad o realizado el trámite de audiencia en los otros supuestos, la Delegación Territorial realizará una propuesta de resolución motivada que será elevada a la Dirección General de Comercio que resolverá en el plazo máximo de dos meses desde la fecha del acuerdo de iniciación o de la petición.

Procedimiento de reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía.

Régimen transitorio de los CCA que ya cuenten con reconocimiento

- Los CCA que cuenten con un reconocimiento en vigor a la fecha de la publicación de la Orden mantendrán dicho reconocimiento.
- En un plazo máximo de dos años desde la entrada en vigor de la Orden todos los CCA han de presentar la memoria bianual.
- En el caso de aquellos CCA ya reconocidos, cuya vigencia finalice con anterioridad al plazo de los dos años habrán de presentar la citada memoria en la fecha de vencimiento del reconocimiento.
- Los CCA existentes disponen de un periodo de un año para adecuar sus elementos identificativos a la imagen determinada por la Junta de Andalucía.
- El incumplimiento de lo dispuesto anteriormente conllevará la pérdida del reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía.



Junta de Andalucía

**Consejería de Transformación Económica,
Industria, Conocimiento y Universidades**